

## 消费多元化渠道碎片化下葡萄酒市场的突围之道 首届世界葡萄酒中国市场高峰论坛将在广东举行



### 酒业周报 | 今世缘与景芝芬鲁鲁结盟 开启酒业版的“诺曼底登陆”

日前,江苏今世缘酒业股份有限公司发布关于收购资产的进展公告,拟以现金方式收购山东景芝酒业股份有限公司股份,合计收购股份比例为34%—49%。在“新闻疲弱”的今天,个体事件已经难以引爆行业神经,今世缘+景芝的牵手,完全打破了行业并购的惯例,大鱼吃小鱼,这样分别代表着“苏”“鲁”名片的强强联手。

今世缘+景芝已经超越于“洋双组合”了,如果说洋河已经是全国性品牌,今世缘与景芝更能体现“省酒”符号,两者牵手并不是一个省酒概念,而是成功开辟了省酒对决名酒的第二战场,而是引发了“省酒出省”“酒类集团军”的地壳式运动,一场改写过去并购的“新盟军”在出现,他们将抄底省内中小企业,结伴又结盟的方式横渡行业行政板块的界线,上演一场酒业版的“诺曼底登陆”。

### 众星共品千年佳酿 汾酒牵手平遥电影国际影展

日前,第二届平遥国际电影展开幕式在平遥电影宫举行。来自世界各地的电影人来到平遥,展示交流,对话碰撞,平遥这座古朴而沧桑的中小小城借着电影之风,再次迈向世界舞台。汾酒作为平遥国际电影展唯一指定白酒,出现在开幕式现场,并将在为期10天的影展中全程亮相。

第二届平遥国际电影展,是汾酒对电影展的首次触电。2岁的平遥国际电影展,正致力于凝聚电影创新力量,于纷纭的国际电影中,寻找新的电影可能性,建立起独具中国特色的展示平台和评价标准。而汾酒作为中国酒魂,作为唯一不间断传承6000年酒文化的中国白酒,也正在于纷繁的酒文化中,寻找白酒中国文化的价值回归,让深蕴中国传统文化和中国人精神世界的中国白酒,真正走向世界。

### 弘扬中华孝道文化 蒙山温和新福增寿封坛盛典举行

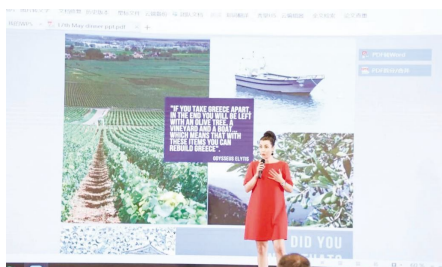
农历重阳节,山东温和酒业集团将于蒙山举办“2018中国蒙山·温河祈福增寿重阳封坛盛典”,祈福天寿,传扬孝义文化。

温和酒业植根于文化腹地,“耳濡目染”地早已成为文化的传承者,传统礼仪的发扬者,孝悌之道的先行者,传承礼乐文化是与生俱来的责任,也是必达的天然使命。封坛作为中华民族酒文化的重要组成部分,是最古老的传统习俗与典仪,此次温和酒业在蒙山举办的祈福增寿封坛盛典,不仅是对传统文化的创新传承,更是对传统酒文化的鼎力发扬。

### 第二届中国生态白酒高峰论坛隆重召开

近日,由中国酒业协会指导,安徽迎驾贡酒股份有限公司主办的第二届中国生态白酒高峰论坛暨中国生态白酒研究院发展规划会在中国醉美酒厂——迎驾酒厂隆重召开,来自全国各地的近千名白酒经销商也云集于此,共话新时代中国生态白酒发展之道,共同展望中国酒业美好前景。

美好生活要喝好酒,喝好酒就是新时代美好生活对白酒行业的总要求,什么是好酒,就是消费者认为健康好喝的酒。要想酿出真正健康好喝的好酒,不仅需要得天独厚的自然生态大环境,更需要有适合白酒微生物发酵的微环境,以及酿酒人的匠心。在几十年的酿酒实践中,迎驾深入探索中国白酒的生态之道,逐渐形成“生态产区——构筑环境前提、生态刚水——打造水源基地、生态酿造——创新技术体系、生态循环——突显社会责任、生态洞藏——锤炼酒体风格、生态消费——倡导健康生活”六位一体的生态体系,致力于打造中国生态白酒领军品牌。(综合)



名。IGC 获奖比例是参选酒款总量的30%,证书含金量不言而喻。经过11月6-7日的激烈评比,8日在华夏新明珠大酒店颁奖晚宴公布获奖名单。

### 11月8日,2018年首届“世界葡萄酒中国市场高峰论坛”——从这里倾听中国市场的声音

世界渴望听到来自中国市场的声音:来自法国、澳大利亚、智利、意大利、西班牙、阿根廷、南非、希腊、乌拉圭、新西兰等20国驻穗领馆、葡萄酒主管部门和产区代表带着各

国葡萄酒最新动态来了;8位MW带着世界葡萄酒发展趋势来了;50位世界名庄代表带着美酒来了。

中国市场最前沿,最具影响力、最贴近市场一线和洞见的声音:来自国家商务部经贸司代表的政策解读;来自中国酒类流通协会和智库代表的行业趋势分享;来自广东、河南、广西、湖南、海南、上海、武汉、厦门和深圳地方协会代表的市场动态与案例分享;来自超过100家大众、专业媒体及喜爱葡萄酒企业家代表的参会关注。

11月9-11日,数十国家展团带着国家主题争相亮相全球葡萄酒行业盛会 Interwine

11月6-8日,8位全球知名MW助阵最高规格 Interwine 葡萄酒与烈酒大奖赛

11月8日,首届“世界葡萄酒中国市场高峰论坛”——从这里倾听中国市场的声音

经过14年的发展,第21届中国(广州)国际名酒展览会将在11月9-11日在广交会展馆B区隆重举办,同期60场不同国家各种特色葡萄酒体验和品鉴活动精彩纷呈,来自全球各地的葡萄酒与烈酒生产商与国内外专业买家齐聚一堂,共襄盛举,在全球葡萄酒行业内掀起一场声势浩大的盛会。

### 数十国家展团带着国家主题争相亮相全球葡萄酒行业盛会 Interwine

截至目前,Interwine 主办方已收到来自51个国家超过1000家酒庄携超过10万款美酒参展,再次突破历史秋季展会参展商数量。国家展团中,法国、澳洲、智利展商依然呈现三足鼎立之势,渠道下沉到三四线城市,领衔中国市场,进口商和经销商已经提前预登记参观;南美洲阿根廷、乌拉圭、巴西等国也非常活跃,紧跟智利的步伐,多渠道拓展中国市场;西班牙、意大利、葡萄牙、德国西欧四大主产国积极学习法国葡萄酒在中国的成功模式,并创新出自己独特的推广方式;摩尔多瓦、罗马尼亚等东欧国家近百家知名酒庄受到格鲁吉亚在中国市场激增50%的鼓舞,将在Interwine 上面带来最大的惊喜。位于南半球的彩虹之国南非也将是本届展会的亮点之一。美国展馆凭借产区优势和品牌,依然屹立在最受欢迎的葡萄酒之列。带着浓郁世界文化,宗教和科技元素等的以色列国家展团和以色列红酒酒庄将再次组团参加本届展会。

### 8位全球知名MW助阵最高规格 Interwine 葡萄酒与烈酒大奖赛(IGC)

Interwine Grand Challenge (Interwine 葡萄酒与烈酒大奖赛),由中国国际名酒展览会 INTERWINE CHINA 发起,是中国酒类行业的顶级赛事之一。目前已成功举办过20届,对中国葡萄酒消费市场影响深远。

本届IGC有8位MW(世界葡萄酒大师)和来自10多位中国顶级的葡萄酒专家助阵,获奖证书上有如此多位权威大师的亲笔签

## “普五”换装是五粮液的升级信号

刘保健

近期,五粮液核心大单品52度经典水晶瓶五粮液(普五)换装升级的消息,在业界不胫而走。随着升级版将至,经典版“普五”成为“绝唱”。对此,五粮液经销商在期待升级版的同时,也大声疾呼珍惜经典版,且卖且珍惜!

早在今年5月份,五粮液“换装”的新闻,就被报道出来了。当时,市面上存在着两个版本的五粮液。相比熟悉的经典版“普五”,新出厂的升级版五粮液发生了两个调整:瓶身正面的“优质奖章”标识,更改为“五种粮食”图案;瓶身上部的“中国名酒”,调整为“中国宜宾”。

这两个小变化,让业界看到了五粮液公司在强化“五粮浓香”和“宜宾产区”的雄心。因此,业内人士分析,打上酿酒原粮和酿造产区烙印的“普五”,无疑会放大五粮液的产品价值,诠释“大国浓香·中国酒王”的全新品牌

定位,让五粮液“天地精华、民族精神、世界精彩”的独特文化内涵传播得更远。

这也是五粮液在文化自信、工艺自信、品质自信和产区自信的表现。“二次创业”下,五粮液正在讲好产品稀缺性故事,收获消费者对五粮液更多的喜爱,实现“宜宾酿造”心智占领。

放大到市场上看“普五”换装,同样是五粮液公司一步深谋远虑的棋。

上半年,五粮液公司在6月份宣布暂缓接受订单。现在可以判断,随着市场快速消化掉社会库存量,加上“普五”一批价走稳走高,升级版五粮液可能直接承接五粮液恢复订单、重新供货的重任。

有业内专家对记者表示,随着经典版“普五”逐渐减少,未来升值成为必然,这将激发出五粮液的高端收藏潜力。与此同时,升级版五粮液的面世,不但有望理顺市场价格体系,



还有利于五粮液承接消费升级、高端白酒价格飞涨的红利。

站在更高处看,“普五”这次换装,是一个明确的“五粮液升级”信号。自去年以来,五粮液集团党委书记、董事长李曙光多次强调,五粮液坚定不移地执行“1+3”产品策略。所谓“1+3”产品策略,即做精做强核心产品“普五”,强化“普五”的经典大单品地位,并强化



五粮液品牌核心产品体系延展的三个维度。从“1+3”产品策略分析,核心产品“普五”的强化,是做好其他三个维度的坚实基础。眼下,随着“普五”换装升级,巩固了核心产品的价值,其他延展的三个维度,也必将跟之实现升级,而这在高端、稀缺、个性、年轻化、时尚化、低度化和国际化上,大大拉升五粮液的发展态势。

## 伊力特酒三厂打响企业“四季度”劳动竞赛热潮

10月21日,在新疆伊力特公司酒三厂包装生产现场,该厂包装女工正在加紧包装精制伊力特酒和“一带一路”伊力特老窖产品。从而使伊力特公司迎来了秋季包装生产的旺季时节,全公司包装生产每天以50000件以上的速度,力争大干快上,保质保量地包装各类白酒,以满足全国广大消费者对伊力特产品的需求。这是该公司紧紧抓住企业四季度生产旺季时节,加快生产进度开展劳动竞赛的一个场面,企业包装女工卯足干劲向全年目标发起冲刺。

“鼓干劲,振精神,大干快上”。进入10月以来,伊力特公司迎来了白酒生产旺季和产品销售的黄金季节。而且各类白酒订单逐渐升温,使伊力特公司包装生产呈现出繁忙的景象。现在,全公司包装生产开足马力,满负荷地加紧包装各类伊力特产品。力争在年底关键时期,加大企业各项生产任务,最大化地回报企业,为公司生产销售继续保持良好的增长速度而努力拼搏。

你追我赶一派繁忙的生产景象。面对包装生产任务重,时间紧的情况下,包装女工主动放弃休息时间,加班加点地开足马力加快包装生产。在大干100天劳动竞赛的同时,对于安全与质量这两条生命线不放松。并以旺盛的精力,实施产品包装“三联检”制度,确保每批伊力特产品质量合格率达100%,以优质的服

务,努力完成公司下达的各项包装生产任务。据伊力特酒三厂包装主任崔秀莲介绍:“进入四季度以来,我们伊力特公司酒三厂包装女工以饱满的工作热情,在保质保量完成公司下达的包装生产任务的同时,开足马力,每天包装伊力特产品在10000件以上,并把企业开展的劳动竞赛融入到我们的包装生

产中,力争更好地包装伊力特产品,以满足广大消费者对伊力特产品的需求。”

现在,全公司各条战线的广大员工正以饱满的工作热情,把压力变为动力,力争保质保量地完成各项生产任务,努力实现公司生产销售继续保持稳步增长的良好态势,共同为四师经济稳步增长贡献我们的力量。(吕增强)

实现线上线下融合 找链酒科技 佳池股份 GARTCHEE 中国白酒文化推动者 股份代码:880051 www.gartchee.com

佳池股份 GARTCHEE 中国白酒文化推动者 股份代码:880051 www.gartchee.com 400-090-8939

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书 为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。 凡有意愿担任“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱 3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。 邀请热线:13980606808